

REPUBLIKA HRVATSKA

MINISTARSTVO ZDRAVLJA

Nacrt

**PRIJEDLOG ZAKONA
O IZMJENAMA I DOPUNAMA ZAKONA O OGRANIČAVANJU
UPORABE DUHANSKIH PROIZVODA,
S KONAČNIM PRIJEDLOGOM ZAKONA**

Zagreb, srpanj 2013.

PRIJEDLOG ZAKONA O IZMJENAMA I DOPUNAMA ZAKONA O OGRANIČAVANJU UPORABE DUHANSKIH PROIZVODA

I. USTAVNA OSNOVA ZA DONOŠENJE ZAKONA

Ustavna osnova za donošenje ovoga zakona sadržana je u članku 2. stavku 4. Ustava Republike Hrvatske (Narodne novine, broj 85/2010 – pročišćeni tekst).

II. OCJENA STANJA I OSNOVNA PITANJA KOJA SE UREĐUJU PREDLOŽENIM ZAKONOM TE POSLJEDICE KOJE ĆE DONOŠENJEM ZAKONA PROISTEĆI

Važeći Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih proizvoda (Narodne novine, br. 125/2008, 55/2009 - ispravak i 119/2009) stupio je na snagu 6. studenoga 2008. godine. Zakonom su u cilju zaštite zdravlja građana utvrđene mjere za smanjenje i ograničavanje uporabe duhanskih proizvoda, štetnih sastojaka cigarete i obvezne oznake na pakiranjima duhanskih proizvoda, te preventivne mjere protiv pušenja.

Danas je u potpunosti znanstveno dokumentirano da su pušenje, kao i ostali načini uporabe duhana, vodeći preventabilni uzrok smrtnosti i prerane smrti. Prema najnovijem Globalnom izvješću Svjetske zdravstvene organizacije iz 2012. godine (u daljnjem tekstu: SZO) uporabi duhana pripisuje se preko 5 milijuna smrti u svijetu godišnje. Procjenjuje se da dodatnih 600 tisuća ljudi godišnje umire zbog tzv. pasivnog pušenja. Na globalnoj razini pušenje je uzrok 12% smrtnosti u populaciji od 30 godina i starijoj. Ukoliko se ne poduzmu hitne i efektivne mjere, procjene govore da će pušenje usmrtiti preko milijardu ljudi u ovom stoljeću.

Prema istom izvoru u Hrvatskoj se pušenju pripisuje 9.264 smrtnosti ili čak 18% od svih smrtnosti u populaciji od 30 godina i starijoj. Kod muške populacije ta procjena za Hrvatsku iznosi čak 28%, što je više od prosjeka za Europu, koji iznosi 25%. U prvoj dobnoj skupini (od 30 do 44 godine), udio smrtnosti od duhana iznosi čak 21%, odnosno kod muške populacije čak 25%. Ti podaci za Hrvatsku ukazuju na rani početak pušenja i veliki udio pušača u mladoj generaciji.

Kako bi strategija kontrole uporabe duhana bila učinkovita, brojni ključni elementi moraju zajednički funkcionirati kako bi bilo moguće ostvariti društvo u kojem se pušenje neće više smatrati normom ponašanja. Samo će denormalizacija pušenja kao aktivnosti promijeniti stavove, a time i ponašanje, što će rezultirati manjim brojem ljudi koji imaju naviku pušenja. Ovaj proces je već započeo, pri čemu mnogi pušači svjesno odlučuju da neće pušiti u

određenim privatnim prostorijama ili pred djecom. Treba ići korak dalje na način da se duhan još više skloni od pogleda.

Spriječiti ljude, u prvom redu djecu i mlade ljude, da počnu koristiti duhan zahtijeva koordiniranu aktivnost koja uključuje partnerski pristup države, nevladinih organizacija, lokalnih zajednica i poduzetnika. Navedeno zahtijeva niz mjera na sljedećim ključnim područjima:

- smanjiti utjecaj promidžbe duhana,
- podići svijest o učincima duhanskog dima na zdravlje pušača i nepušača – javnim informiranjem i edukacijom i
- ograničiti dostupnost duhana djeci i mladima.

S obzirom na navedeno, na globalnoj razini, i u pojedinim zemljama posljednjih godina intenzivirano je donošenje politike mjera kontrole i uporabe duhanskih proizvoda, te su pooštrene restrikcije.

Temeljem pregleda i osvrta na zakonska dostignuća i praksu Hrvatske u tom području, predlažu se izmjene i dopune važećeg Zakona. Predloženim izmjenama i dopunama Zakon se doraduje u svrhu smanjenja pušenja kod postojećih pušača, ali osobito u cilju smanjenja inicijacije kod mladih ili maloljetnih osoba.

Ocjena stanja i međunarodna iskustva

I na globalnoj razini i u pojedinim zemljama posljednjih godina intenzivirano je donošenje mjera kontrole i prevencije uporabe duhanskih proizvoda, te su pooštrene restrikcije kojima se sprječava tzv. pasivno pušenje.

Globalni uspjeh na tom planu postignut je pri Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji 2003. godine, usvajanjem Okvirne Konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom (Narodne novine, dodatak Međunarodni ugovori, br. 3/2008) koju je ratificirala i Republika Hrvatska. Konvencija obvezuje potpisnice na uvođenje cjenovnih mjera (porezi), te niz necjenovnih politika i mjera u svrhu zaštite javnog zdravlja od posljedica pušenja. To su mjere za zaštitu od pasivnog pušenja, reguliranje sadržaja duhanskih proizvoda, obveza deklariranja sadržaja proizvoda i dima, pakiranje i oznake na pakiranju, edukacija, zabrana reklamiranja i promocije, borba protiv nelegalne prodaje i prodaje maloljetnicima, te drugo. Konvencijom se također obvezuje SZO i potpisnice da pojedine odredbe postupno i detaljnije razrađuju u vidu takozvanih Uputa, od kojih se neke odnose na materiju iz ovog zakonskog prijedloga.

U Europskoj uniji (EU) je od 2001. godine na snazi Direktiva 2001/37/EZ Europskog parlamenta i Vijeća o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predstavljanju i prodaji duhanskih proizvoda (SL L 194, 18.7.2001.).

Europska komisija je 19. prosinca 2012. godine usvojila i objavila Prijedlog Direktive EP-a i Vijeća o približavanju zakona, uredbi i administrativnih odredbi država članica

vezanih uz proizvodnju, predstavljanje i prodaju duhana i duhanskih proizvoda te prateći dokument Procjena učinka, SWD (2012) 452 final:

http://ec.europa.eu/health/tobacco/products/revision/index_en.htm.

Cilj Prijedloga Direktive, koja bi zamijenila postojeću „zastarjelu“ Direktivu 2001/37/EZ, je poboljšati funkcioniranje unutarnjeg tržišta EU na način da se osigura visoka razina zdravstvene zaštite (s posebnim naglaskom na one osobe, posebice mlade, koje još nisu počele pušiti).

Očekuje se znatno pooštrenje EU zakonodavstva, osobito u daljnjem smanjenju mogućnosti promocije i općenito atraktivnosti duhanskih proizvoda.

Kako bi privukla nove potrošače duhanska industrija se u značajnoj mjeri oslanja na promidžbu proizvoda. Oglašavanje i promidžba duhanskih proizvoda naročito utječu na djecu. Naime, duhanske kompanije trebaju povoljnu reakciju djece na njihove promidžbene napore kako bi ta djeca mogla zamijeniti pušače koji su odustali od pušenja ili umrli. Predlagatelj podupire uvođenje dodatnih mjera u svrhu smanjenja utjecaja oglašavanja i promidžbe duhana na djecu.

Izlaganje duhanskih proizvoda na maloprodajnim mjestima, prodaja putem automata i na mjestima gdje je zabranjeno pušenje i dalje daju mogućnost oglašavanja duhanskim kompanijama. Nakon zabrane oglašavanja i promidžbe duhana, vidljiva dostupnost duhanskih proizvoda na maloprodajnim mjestima, prodaja putem automata, te na mjestima gdje je zabranjeno pušenje je sve veća – toliko da je postala sredstvo promidžbe pušenja za djecu i odrasle. Djeca i mladi naročito su otvoreni prema oglašavanju – za one koji su izloženi oglašavanju i promidžbi duhana vjerojatnost da će se naviknuti na pušenje je veća.

Pojedine države ili njihovi dijelovi, koji na to imaju pravo, uobličile su svoju viziju sveopće i dugoročnije borbe protiv pušenja u nacionalne strategije. To nalazimo npr. u Engleskoj, Kanadi, Sjevernoj Irskoj, Georgiji u SAD-u i drugdje. U tim se strategijama osobito ističe potreba za onim protupušačkim politikama i mjerama koje:

- sprječavaju inicijaciju pušenja kod mladih i nepunoljetnih osoba (većina stalnih pušača počinje pušiti prije 18-te godine),
- smanjuju privlačnost duhanskih proizvoda, osobito zbog agresivnog izlaganja i neizravne promocije duhanskih proizvoda na prodajnim mjestima, kao jedinog preostalog kanala reklamiranja i promocije koji duhanske kompanije intenzivno rabe,
- onemogućavaju nekontrolirano samoposluživanje duhanskim proizvodima (automati), koje se zlorabi unatoč postojanju protokola za identifikaciju kupaca po dobi. Dodatno, automati za prodaju cigareta su sami po sebi atraktivan prodajni displej i reklama upravo za najprodavanije marke cigareta, jer se jedino one u njima prodaju. Stoga je logično da takvo izlaganje duhanskih proizvoda treba biti zabranjeno,

- demotiviraju bivše pušače od ponovnog posezanja za duhanskim proizvodima.

U tim strategijama izlaganje duhanskih proizvoda na prodajnom mjestu identificirano je kao najaktivniji i najagresivniji preostali oblik reklamiranja i promocije, koje je u kratkom roku moguće bezbolno otkloniti bez potrebe za angažiranjem proračunskih sredstava.

Do sada je niz država već usvojilo propise o zabrani izlaganja proizvoda na prodajnim mjestima i to: Island (prvi, 2001. godine), Norveška, Kanada, Irska, Tajland, Australija (pojedine savezne države), Finska i Engleska. Taj put slijedit će i Škotska, Sjeverna Irska, Novi Zeland, a vjerojatno i Južna Afrika.

Uvid u dostupne dokumente i iskustva zemalja sa zabranom izlaganja pokazuje slijedeće:

- donošenje zabrane temelji se na znanstvenim istraživanjima koja su dokazala da je napadnost duhanskih polica i prodajnih stalaka atraktivna za privlačenje mladih i maloljetnika,
- istraživanja su također pokazala da se nakon takve zabrane bilježi relativno manji udio korisnika duhanskih proizvoda kod mladih i maloljetnika,
- izlaganje duhanskih proizvoda potiče bivše korisnike na uzimanje duhanskih proizvoda,
- dokazana je društveno ekonomska opravdanost takve mjere,
- provedbom zakona treba se i može se osigurati da njegova primjena ne izaziva znatnije troškove u trgovini duhanskih proizvoda, napose ne u malim trgovinama,
- u zemljama članicama EU-a, ta je mjera iznad obveza propisanih važećim direktivama, ali im nije u suprotnosti,
- ova mjera ne utječe na tržišnu konkurentnost ili tržišnu diskriminaciju pojedinih proizvođača.

Ocjena stanja u Republici Hrvatskoj

Republika Hrvatska je u potpunosti uskladila i implementirala rješenja o kontroli i uporabi duhanskih proizvoda s važećim direktivama EU-a. Te će se mjere još dalje postupno pooštriti. U reguliranju sadržaja, označavanju i pakiranju slijedimo zahtjeve direktiva već nekoliko godina.

U odnosu na odredbe Okvirne konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom i dosad usvojene pripadajuće Upute, Hrvatska je relativno visoko pozicionirana u pogledu poreznih mjera, a u svrhu smanjenja potražnje za duhanskim proizvodima, odnosno njihove priuštivosti. U zabrani reklamiranja i promocije duhanskih proizvoda, te motiviranja na potrošnju, važeće zakonske odredbe nisu dovoljno precizne s obzirom na situaciju na prodajnim mjestima. Prodajni stalci i razina agresivnost pojedinih proizvođača duhanskih proizvoda na prodajnim mjestima u praksi se različito tretiraju. S druge strane, u točki 13. Uputa za implementaciju sprječavanja, reklamiranja, promocije i sponzoriranja duhanskih

proizvoda izričito se navodi da potpisnice Okvirne konvencije trebaju uvesti potpunu zabranu izlaganja i vidljivosti duhanskih proizvoda na mjestima prodaje. Također, čini se da se nedovoljna sredstva alociraju za obrazovne svrhe i za borbu protiv nelegalne potrošnje, s obzirom na obveze koje smo preuzeli u Okvirnoj konvenciji. Stoga je, prema monitoring izvješću o primjeni Okvirne konvencije iz 2010. godine, Hrvatska svrstana u skupinu zemalja s malim ili nikakvim napretkom u izvršavanju preuzetih obveza iz Okvirne konvencije.

Kako bi zaštitili djecu i mlade od sveprisutnog utjecaja promidžbe duhana Republika Hrvatska treba usvojiti propise kojima bi se onemogućila vidljiva dostupnost duhanskih proizvoda na mjestima gdje se oni prodaju, ukinula prodaju putem automata, te ukinula prodaju na mjestima gdje je uvedena zabrana pušenja. Mada će trgovci na malo i dalje moći prodavati duhanske proizvode, neće im biti dozvoljeno stavljati ih na vidljiva mjesta. Jednom već ukinuta prodaja putem automata, pa ponovno uvedena, treba biti ukinuta jer je to kanal putem kojeg je moguće na javnim mjestima vršiti i promidžbu i prodaju duhanskih proizvoda bez učinkovite zaštite djece i mladih. Automati za prodaju duhanskih proizvoda su sami po sebi reklamni pano, pa je logično da se njihova uporaba zabrani kao i izlaganje duhanskih proizvoda na prodajnom mjestu. Naime, istraživanje koje je provedeno u Engleskoj 2007. godine pokazalo je da gotovo 9% djece između 11 i 16 godina puši, usprkos činjenici da se temeljem tadašnjeg propisa duhanski proizvodi nisu smjeli prodavati djeci mlađoj od 16 godina. Iako su djeci prijatelji i obitelj i dalje redovni izvor duhana, istraživanje provedeno u Engleskoj 2008. pokazalo je da 12% djece koja redovito puši cigarete nabavlja na prodajnim automatima. Potpuno uklanjanje prodajnih automata za duhanske proizvode otežat će djeci i mladima pristup cigaretama.

Zabranu pušenja u zatvorenim javnim prostorima ne može biti učinkovita bez zabrane reklamiranja i prodaje duhanskih proizvoda u istima. Potpuno uklanjanje prodajnih automata za duhanske proizvode, te nevidljivost duhanskih proizvoda na prodajnim mjestima otežat će djeci i mladima pristup duhanskim proizvodima. Nove mjere će na taj način pomoći i bivšim pušačima, budući da ih dostupnost i vidljivost duhanskih proizvoda mogu potaknuti na kupnju i tako im otežati odvikavanje.

Usvajanjem predloženih izmjena Republika Hrvatska bi cjelokupnu materiju zabrane reklamiranja i demotivacije mlade populacije uzdigla na višu razinu. Time bi se priključila većem broju zemalja koje su to već uvele ili uvide, kao što je prethodno navedeno. Vrlo je izvjesno da će se na takve mjere u dogledno vrijeme odlučiti veliki broj država. Prodajno mjesto je jedini preostali promotivni kanal za duhanske proizvode, te stoga na tim mjestima njihovi proizvođači ulažu značajne resurse i koncentriraju sve promotivne i reklamne napore. Kao što to same duhanske kompanije navode: „Kutijica je promidžbeno sredstvo samo po sebi“.

Osnovna pitanja koja se uređuju predloženim zakonom, te posljedice koje će donošenjem zakona proisteći

U okviru mjera za smanjenje i ograničavanje duhanskih proizvoda odredbom članka 9. stavka 2. Zakona, zabranjena je izravna i neizravna promidžba duhanskih proizvoda, te su precizirane odredbe koje se odnose na neizravnu promidžbu duhanskih proizvoda.

U praćenju provedbe Zakona, ustanovljeno je da se pojavilo pitanje zabrane izlaganja pojedinačnih pakiranja cigareta, kao i izlaganja ostalih duhanskih proizvoda na vidljivim pozicijama na mjestima gdje se prodaju duhanski proizvodi, što je uzrokovalo neujednačeno postupanje nadležnih državnih tijela u pogledu sankcioniranja ovakvog ponašanja, a time i dovelo do pravne nesigurnosti svih subjekata na tržištu.

Ovaj zakonski prijedlog prvenstveno ima za cilj zaštitu zdravlja ljudi smanjenjem broja pušača, posebno kod mlade populacije. Primjeri i istraživanja u zemljama koje već imaju uvedenu ovu mjeru pokazuju da je pušenje kod mladih smanjeno i do deset posto.

U okviru mjera za smanjenje i ograničavanje duhanskih proizvoda odredbom članka 11. stavkom 8. Zakona, zabranjena je prodaja duhanskih proizvoda iz automatskih naprava, ali su od zabrane izuzeti elektronički kiosci za prodaju duhanskih i drugih proizvoda uz elektroničku autorizaciju i identifikaciju kupca.

U praćenju provedbe Zakona, ustanovljeno je da ova odredba ostavlja prostor za dvojbeno tumačenje, te da nije u duhu Zakona. Naime, jedan od glavnih ciljeva Zakona jest onemogućavanje kupovine duhanskih proizvoda od strane maloljetnika. To je jedan od glavnih razloga zašto se stavkom 7. navedenog članka Zakona uvodi apsolutna zabrana prodaje duhanskih proizvoda putem interneta, bez iznimke za onu prodaju koja bi uključivala „elektroničku autorizaciju i identifikaciju kupca“. S obzirom da tehnologija autorizacije i identifikacije kupca na elektroničkim kioscima pruža puno manju sigurnost da će maloljetnicima biti onemogućen pristup duhanskim proizvodima, nego što je to slučaj kada prodaju obavlja ljudsko biće, opravdano je uvesti potpunu zabranu prodaje duhanskih proizvoda iz automatskih naprava bilo koje vrste.

Zakonski prijedlog prvenstveno ima za cilj zaštitu zdravlja ljudi smanjenjem broja pušača, posebno kod mlade populacije. Primjeri i istraživanja u zemljama koje već imaju uvedene mjere predložene ovim zakonskim prijedlogom pokazuju da iste imaju pozitivan učinak na smanjenje pušenja kod mladih.

III. OCJENA SREDSTAVA POTREBNIH ZA PROVOĐENJE ZAKONA

Za provedbu ovoga Zakona nisu potrebna dodatna financijska sredstva iz državnog proračuna Republike Hrvatske.

IV. PRIJEDLOG ZA DONOŠENJE ZAKONA PO HITNOM POSTUPKU

Zbog potrebe usklađivanja domaćeg zakonodavstva s propisima Europske unije i odredbama Okvirne konvencije Svjetske zdravstvene organizacije o nadzoru nad duhanom, sukladno članku 206. Poslovnika Hrvatskog sabora predlaže se donošenje ovoga zakona po hitnom postupku.

KONAČNI PRIJEDLOG ZAKONA O IZMJENAMA I DOPUNAMA ZAKONA O OGRANIČAVANJU UPORABE DUHANSKIH PROIZVODA

Članak 1.

U Zakonu o ograničavanju uporabe duhanskih proizvoda („Narodne novine“, br. 125/2008, 55/2009 – ispravak i 119/2009), iza članka 1. dodaje se članak 1.a koji glasi:

„Članak 1.a

Ovim se Zakonom u pravni poredak Republike Hrvatske prenosi slijedeća direktiva Europske unije:

- Direktiva 2001/37/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 5. lipnja 2001. o usklađivanju zakona i drugih propisa država članica o proizvodnji, predavljanju i prodaji duhanskih proizvoda (SL L 194, 18.7.2001.).“ .

Članak 2.

U članku 9. stavku 2. iza riječi: „Zabranjena je izravna i neizravna promidžba duhanskih proizvoda.“ dodaju se riječi:

„Pod izravnom promidžbom duhanskih proizvoda smatra se i izlaganje pojedinačnih pakiranja cigareta i ostalih duhanskih proizvoda na vidljivim pozicijama u i na prodajnim mjestima, bilo koje vrste, gdje se prodaju duhanski proizvodi.“.

Članak 3.

U članku 11. stavku 8. riječi:“ Pod automatskim napravama ne podrazumijevaju se elektronički kiosci za prodaju duhanskih i drugih proizvoda uz elektroničku autorizaciju i identifikaciju kupca.“ brišu se.

Članak 4.

U članku 26. na kraju stavka 3. dodaju se riječi:

„Usmeno rješenje dostavit će se pravnoj ili fizičkoj osobi u pisanom obliku najkasnije 8 dana od dana donošenja rješenja.“.

Članak 5.

Naziv Glave VI. KAZNENE ODREDBE mijenja se i glasi:

"VI. PREKRŠAJNE ODREDBE".

Članak 6.

U članku 27. stavku 1. na kraju točke 12. briše se zarez te se dodaju riječi: „(članak 8. stavak 2.),“.

Članak 7.

U članku 29. točki 1. riječi: „(članak 9. stavak 2.)“ zamjenjuju se riječima: „(članak 9. stavak 3.)“.

Članak 8.

Gospodarski subjekti koji se bave trgovinom duhanskih proizvoda na malo i upravljanjem elektroničkim kioscima obvezni su svoj rad i poslovanje uskladiti s odredbama članaka 2. i 3. ovoga Zakona u roku od 2 mjeseca od dana stupanja na snagu ovoga Zakona.

Članak 9.

Ovaj Zakon stupa na snagu osmi dan od dana objave u Narodnim novinama.

O B R A Z L O Ž E N J E

Uz članak 1.

Ovaj članak sadrži odredbu o propisu Europske unije s kojim se Zakon usklađuje.

Uz članak 2.

Ovim člankom uvodi se apsolutna zabrana izlaganja odnosno vidljivosti duhanskih proizvoda na prodajnim mjestima. Istom izmjenom postiže nekoliko ciljeva:

- smanjenje incidencije pušenja,
- izbjegavanje tzv. impulsne kupnje,
- manja privlačnost cigareta mladima.

Uz članak 3.

Ovim člankom uvodi se apsolutna zabrana prodaje duhanskih proizvoda iz automatskih naprava. Izmenom se postiže nekoliko ciljeva:

- smanjenje incidencije pušenja,
- izbjegavanje tzv. impulsne kupnje,
- manja privlačnost cigareta mladima,
- onemogućavanje zaobilaženja zabrane prodaje duhanskih proizvoda maloljetnicima.

Uz članak 4.

Ovim člankom usklađuje se zakonski prijedlog sa Zakonom o općem upravnom postupku.

Uz članke 5.-7.

Ovim člancima uređuju se prekršajne odredbe.

Uz članak 8.

Ovim člankom uređuje se razdoblje u kojem su se gospodarski subjekti obvezni uskladiti s ovim Zakonom.

Uz članak 9.

Ovim člankom se propisuje stupanje na snagu Zakona.

TEKST ODREDBI VAŽEĆEG ZAKONA KOJE SE MIJENJAJU, ODNOSNO DOPUNJUJU

Članak 9.

Zabranjeno je sponzoriranje događaja, aktivnosti ili pojedinaca s ciljem, učinkom ili mogućim učinkom izravne ili neizravne promidžbe duhanskog proizvoda ili uporabe duhana. Zabranjena je izravna i neizravna promidžba duhanskih proizvoda. Pod neizravnom promidžbom smatra se i organiziranje događanja na kojima se ističu naziv, logotip ili druge vizualne karakteristike koje podsjećaju na pojedini duhanski proizvod. Neizravna promidžba duhanskog proizvoda smatra se prikazivanje logotipa i drugih znakova za označavanje duhanskog proizvoda na predmetima koji u smislu ovoga Zakona nisu duhanski proizvodi. Pod neizravnom promidžbom smatra se i besplatna ponuda duhanskih proizvoda na javnom mjestu i u javnim prostorima.

Zabranjuje se svako isticanje naziva i logotipa duhanskog proizvoda kroz svjetleće reklame, plitice, stalke za prodaju, letke, kataloge i ostale promidžbene materijale na svim prodajnim mjestima gdje se prodaju duhanski proizvodi.

Zabranjeno je oglašavanje proizvoda koji se ne smatraju duhanskim proizvodima, a koji svojim oblikom, nazivom ili namjenom neposredno potiču potrošnju duhanskih proizvoda te svako drugo oglašavanje koje oblikom, nazivom ili namjenom potiče potrošnju duhanskih proizvoda.

Objavljivanje podataka o kakvoći i drugim svojstvima duhanskih proizvoda u stručnim knjigama, časopisima i drugim stručnim publikacijama namijenjenim obavješćivanju proizvođača ili prodavača tih proizvoda ne smatra se oglašavanjem u smislu ovoga Zakona.

Članak 11.

Zabranjuje se prodaja duhanskih proizvoda osobama mlađim od 18 godina.

Duhanske proizvode ne smiju prodavati osobe mlađe od 18 godina.

Na svim prodajnim mjestima na kojima se prodaju duhanski proizvodi mora biti istaknuta oznaka o zabrani prodaje duhanskih proizvoda osobama mlađim od 18 godina.

Oznaka iz stavka 3. ovoga članka mora biti istaknuta na vidljivom mjestu tako da se može pročitati s udaljenosti od deset metara.

Prodavač od osobe za koju smatra da je mlađa od 18 godina može zatražiti da odgovarajućom ispravom dokaže punoljetnost. Ako osoba to odbije, prodavač je obvezan uskratiti prodaju traženoga duhanskog proizvoda.

Zabranjuje se prodaja maloljetnicima »biljnih pušilica« i drugih proizvoda za pušenje koji mogu maloljetnike poticati na pušenje.

Zabranjuje se prodaja duhanskih proizvoda putem interneta.

Zabranjuje se prodaja duhanskih proizvoda iz automatskih naprava. Pod automatskim napravama ne podrazumijevaju se elektronički kiosci za prodaju duhanskih i drugih proizvoda uz elektroničku autorizaciju i identifikaciju kupca.

Zabranjuje se prodaja pojedinačnih cigareta i cigareta u pakiranjima koja sadrže manje od 20 komada, odnosno drugih duhanskih proizvoda izvan originalnog pakiranja proizvođača.

Zabranjuje se prodaja duhana za oralnu uporabu.

Članak 26.

U slučaju kad nadležni inspektor utvrdi da se duhanski proizvodi prodaju protivno odredbama članka 3. – 12. ovoga Zakona pravnoj ili fizičkoj osobi koja obavlja djelatnost prodaje, rješenjem zabranjuje prodaju duhanskih proizvoda.

Rješenjem iz stavka 1. ovoga članka utvrđuje se rok do kojeg traje zabrana prodaje duhanskih proizvoda, a koji ne može biti dulji od šest mjeseci.

Iznimno od odredbe stavka 1. ovoga članka, kad nadležni inspektor utvrdi da se duhanski proizvodi prodaju osobama mlađim od 18 godina usmenim će rješenjem u zapisniku, do otklanjanja utvrđenih nedostataka, a najkraće na rok od 30 dana, sukladno propisima o trgovini, zabraniti pravnoj ili fizičkoj osobi obavljanje djelatnosti trgovine.

VI. KAZNE NE ODREDBE

Članak 27.

Novčanom kaznom od 30.000,00 do 150.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj pravna osoba ako:

1. proizvodi ili prodaje cigarete koje sadrže više od 10 mg katrana po cigareti (članak 3. stavak 1. podstavak1.),
2. proizvodi ili prodaje cigarete koje sadrže više od 1 mg nikotina po cigareti (članak 3. stavak 1. podstavak2.),
3. proizvodi ili prodaje cigarete koje sadrže više od 10 mg ugljičnog monoksida po cigareti (članak 3. stavak 1. podstavak 3.),
4. ne dostavi ministarstvu nadležnom za zdravstvo propisane podatke u propisanom roku (članak 3. stavak 4.),
5. proizvodi ili prodaje cigarete koje na bočnoj strani originalnog pakiranja nemaju otisnute podatke o količini katrana, nikotina i ugljičnog monoksida po cigareti ili ima otisnute pogrešne podatke ili ti podaci ne pokrivaju najmanje 10% površine bočne strane originalnog pakiranja cigareta (članak 4.),
6. proizvodi ili prodaje duhanske proizvode bez otisnutog upozorenja iz članka 5. stavka 1. ovoga Zakona ili ako je to upozorenje otisnuto protivno odredbi članka 5. stavka 2. ovoga Zakona,
7. proizvodi ili prodaje duhanske proizvode bez upozorenja iz članka 5. stavka 4. ovoga Zakona ili je to upozorenje otisnuto protivno odredbi članka 5. stavka 5. ovoga Zakona ili se upozorenje ne izmjenjuje sukladno članku 5. stavku 6. ovoga Zakona,
8. proizvodi ili prodaje duhanske proizvode na kojima je upozorenje iz članka 5. stavka 1. ili 4. ovoga Zakona otisnuto na dodatnom prozirnom ovitku pojedinačnog pakiranja duhanskog proizvoda koji se koriste u prodaji na malo (članak 5. stavak 7.),
9. prodaje na malo duhanske proizvode za žvakanje i sisanje koji nemaju upozorenje iz članka 6. stavka 1. ili je to upozorenje otisnuto protivno članku 6. stavku 2. ovoga Zakona,
10. prodaje duhanske proizvode, osim cigareta, na kojima je upozorenje iz članka 5. stavka 1. i 4. ovoga Zakona otisnuto protivno članku 7. ovoga Zakona,
11. proizvodi ili prodaje duhanske proizvode na kojima su podaci iz članka 3. stavka 1. te upozorenja iz članka 6. stavka 1. ovoga Zakona otisnuti protivno članku 8. stavku 1. ovoga Zakona,
12. proizvodi ili prodaje duhanske proizvode koji nisu cigarete na kojima su podaci iz članka

3. stavka 1. ovoga Zakona te upozorenja iz članka 5. stavka 1. i 4. i članka 6. stavka 1. ovoga Zakona pričvršćeni kao naljepnice koje se mogu ukloniti,
13. prodaje duhanske proizvode bez serijskog broja ili ekvivalenta koji sadrži podatke o mjestu i datumu proizvodnje (članak 8. stavak 3.),
14. prodaje duhanske proizvode s uporabom izraza protivno članku 8. stavku 4. ovoga Zakona,
15. sponzorira događaje, aktivnosti ili pojedince s ciljem, učinkom ili mogućim učinkom izravne ili neizravne promidžbe duhanskog proizvoda ili uporabe duhana (članak 9. stavak 1.),
16. izravno ili neizravno promiče duhanske proizvode (članak 9. stavak 2.),
17. ističe naziv ili logotip duhanskog proizvoda kroz svjetleće reklame, plitice, stalke za prodaju, letke, kataloge i ostale promidžbene materijale na svim prodajnim mjestima gdje se prodaju duhanski proizvodi ili oglašava proizvode koji se ne smatraju duhanskim proizvodima, a koji svojim oblikom, nazivom ili namjenom neposredno potiču potrošnju duhanskih proizvoda ili obavlja oglašavanje koje oblikom, nazivom ili namjenom potiče potrošnju duhanskih proizvoda (članak 9. stavak 4. i 5.),
18. oglašava duhanski proizvod putem zaštićene robne marke protivno članku 10. ovoga Zakona, BRIŠE SE
19. prodaje duhanske proizvode osobama mlađim od 18 godina (članak 11. stavak 1.),
20. duhanske proizvode prodaje osoba mlađa od 18 godina (članak 11. stavak 2.),
21. na prodajnom mjestu na kojem se prodaju duhanski proizvodi ne istakne oznaku o zabrani prodaje duhanskih proizvoda osobama mlađim od 18 godina ili je ne istakne na vidljivom mjestu tako da se može pročitati s udaljenosti od deset metara. (članak 11. stavak 3. i 4.),
22. prodaje maloljetnicima »biljne pušilice« ili druge proizvode za pušenje koji mogu maloljetnike poticati na pušenje (članak 11. stavak 6.),
23. prodaje duhanske proizvode putem interneta (članak 11. stavak 7.),
24. prodaje duhanske proizvode iz automatskih naprava (članak 11. stavak 8.),
25. prodaje pojedinačne cigarete ili cigarete u pakiranjima koja sadrže manje od 20 komada, odnosno druge duhanske proizvode izvan originalnog pakiranja proizvođača (članak 11. stavak 9.),
26. prodaje duhan za oralnu uporabu (članak 11. stavak 10.),
27. dopusti pušenje duhanskih proizvoda prilikom javnih nastupa na televiziji uživo ili objavi u tisku fotografije ili crteže osoba koje puše u promidžbene svrhe (članak 12. stavak 1. i 3.),
28. ne osigura poštivanje zabrane pušenja u zatvorenom javnom prostoru (članak 13. stavak 1., 2. i 4.),
29. prostor za pušenje ne ispunjava uvjete iz članka 14. – 18. i 20. ovoga Zakona.
Za prekršaj iz stavka 1. ovoga članka kaznit će se i fizička osoba te odgovorna osoba u pravnoj osobi novčanom kaznom u iznosu od 5.000,00 do 15.000,00 kuna.
30. odredi pušačkim prostorom prostor koji ne ispunjava propisane uvjete (članak 20.a).

Članak 29.

Novčanom kaznom u iznosu od 1.000,00 kuna kaznit će inspektor na mjestu izvršenja za prekršaj fizičku osobu ako:

1. besplatno nudi duhanske proizvode na javnom mjestu i u javnim prostorima (članak 9. stavak 2.),
2. puši u javnom prostoru u kojem je pušenje zabranjeno (članak 13. stavak 1.).